

2007-2008年中国酒店行业 分析及市场分析预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2007-2008年中国酒店行业分析及市场分析预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/200806/1945.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、说明、目录、图表目录

第一章 2007年国际酒店业的发展现状分析

一、2007年国际酒店业的市场概况分析

- (一) 全球酒店市场的格局分析
- (二) 国际著名跨国酒店集团发展现状分析
- (三) 全球酒店行业挑战分析
- (四) 全球顶级豪华酒店蜂拥入中国

二、2007年国际宾馆酒店业的管理特点分析

- (一) 国际宾馆酒店业管理的主要特点
- (二) 酒店业引入全面质量管理
- (三) 国外饭店集团介入的管理形式
- (四) 国际饭店连锁集团钟情分时度假
- (五) 国际饭店集团竞争在中国分析

第二章 2007年国际跨国酒店集团发展分析

一、2007年国际跨国酒店集团发展现状分析

- (一) 洲际集团
- (二) 圣达特
- (三) 万豪国际
- (四) 雅高
- (五) 香格里拉
- (六) 希尔顿

二、跨国酒店集团的发展最新动向分析

- (一) 三家酒店管理集团聘请业外人士担任首席执行官
- (二) 洲际集团出让在英国和澳洲的酒店资产
- (三) 香格里拉在欧洲开设第一家酒店
- (四) 英国的万豪酒店所有方出售旗下拥有的英国万豪酒店
- (五) 万豪国际集团从CTF控股公司手中收购32家酒店
- (六) 喜达屋的收购
- (七) 卡尔森酒店集团获取RezidorSAS公司25%股份

第三章 2007年中国酒店业的发展现状分析

一、2007年中国酒店业发展环境分析

（一）“限外政策”对酒店业的影响分析

（二）特许业新规带动酒店业连锁洗牌

二、2007年我国酒店业发展动态分析

（一）星级酒店规模和效益呈持续稳定增长

（二）高档次酒店发展迅速

（三）开放程度高，管理先进

（四）创造了大量就业机会

（五）国际品牌的领先优势明显

（六）规模与效益成正比关系

（七）酒店集团化程度低

三、2007年中国酒店业发展的基本特点

四、中国酒店业面临的问题分析

（一）酒店业行业壁垒分析

（二）中国酒店业外资赚了九成利润

（三）中国每年有大量酒店资产闲置

（四）中国酒店业建设和管理的十大误区

（五）酒店业人才流失问题严重

五、促进中国酒店业发展的对策分析

（一）中国酒店业走向世界的途径

（二）中国酒店业应拥有自己的国际品牌

（三）酒店业的个性化服务

（四）中国酒店业经营模式亟待创新

第四章 2007年中国酒店业的消费现状分析

一、2007年我国居民收入水平分析

二、我国酒店的客源分析

（一）客源规模与分布

（二）中国主要客源市场情况

（三）游客的消费水平

三、消费结构分析

（一）入境游客的消费结构

(二) 国内游客的消费结构

(三) 不同地区间酒店(星级)消费结构的比较

四、消费选择与消费趋势分析

(一) 游客对住宿设施的选择

(二) 游客的停留时间及变化

(三) 游客的旅行目的

(四) 入境游客感兴趣的商品

(五) 消费者的消费评价

第五章 商务酒店

一、商务酒店概念及介绍

(一) 商务旅游概述

(二) 商务酒店的定义

(三) 全球十佳新开业商务酒店介绍

(四) 十二届金枕头奖受欢迎商务酒店介绍

二、商务酒店市场概况

(一) 商务酒店步入黄金时代

(二) 中国商务酒店的现状

(三) 商务版酒店倍受欢迎

(四) 商务酒店试图走出“草根经济”

三、商务酒店投资动态

(一) 商务酒店掀起投资狂潮

(二) 外来酒店抢占中国商务市场

(三) 国际商务型酒店纷纷进驻广东

(四) 中国大酒店将斥资朝商务酒店发展

四、商务酒店发展前景与趋势

(一) 商务酒店的发展前景

(二) 宜商宜住商务酒店受追捧

(三) 商务酒店宽带接入成发展趋势

(四) 品牌将提升中国商务酒店的竞争力

第六章 旅游度假酒店

一、假日经济与酒店业

- (一) 假日经济带动旅游酒店板块发展
- (二) 酒店产业应对假日经济的策略
- (三) “假日经济”魅力下酒店的营销管理

二、旅游度假酒店概况

- (一) 度假酒店的类型介绍
- (二) 度假酒店的功能与作用
- (三) 气候对度假酒店的重要性
- (四) 度假酒店存在的问题
- (五) 海南是中国度假酒店的佼佼者

三、分时度假酒店在中国的发展

- (一) “分时度假”进入中国
- (二) 中国分时度假的四种经营者
- (三) 中国分时度假市场存在的问题
- (四) 中国开展的分时度假网络本土化实践的特点

四、旅游度假酒店的经营与风险

- (一) 国际度假酒店的启示
- (二) 中国度假酒店市场营销的特点
- (三) 从实例看城郊度假酒店的经营思路
- (四) 休闲度假型酒店的散客销售
- (五) 酒店发展分时度假应注意风险

五、中国旅游度假酒店的发展趋势

- (一) 发展度假酒店的对策分析
- (二) 中国度假酒店群体特色与个性色彩
- (三) 度假酒店的发展前景广阔
- (四) 国内度假酒店的发展趋势

第七章 经济型酒店

一、经济型酒店的定义及特征

- (一) 经济型酒店概念
- (二) 经济型酒店的分类
- (三) 经济型酒店的特征

二、2007年中国经济型酒店发展现状

- (一) 经济型酒店的发展形式及现状
- (二) 经济型酒店在中国迅速崛起
- (三) 国内经济型酒店品牌的连锁扩张增速
- (四) 2007年中国经济型酒店加快发展速度
- (五) 华南部分经济型酒店发展强劲

三、经济型酒店的经营与管理

- (一) 中国经济型酒店经营管理的现状
- (二) 现代经济型酒店经营利润高
- (三) 中国经济型酒店先行者的管理模式分析
- (四) 经济型酒店的经营方针

四、经济型酒店的效益

- (一) 投入产出分析
- (二) 经济型酒店的投资回报分析
- (三) 经济型酒店与资本市场结合的路径
- (四) 经济型酒店的土地使用权存在隐患

五、经济型酒店的运作模式分析

- (一) 开发模式
- (二) 选址要求
- (三) 注册成立酒店管理公司

六、中国经济型酒店竞争分析

- (一) 经济型连锁酒店竞争激烈
- (二) 经济型酒店争夺中国酒店业中端市场
- (三) 跨国酒店巨头锁定国内经济型酒店

七、经济型酒店面临的问题分析

- (一) 经济型酒店行业存在的缺陷
- (二) 中国经济型酒店发展存在的主要问题
- (三) 经济型酒店市场发展中的困惑
- (四) 经济型酒店的发展障碍性因素
- (五) 中国经济型酒店面临的挑战

八、中国经济型酒店的发展策略

- (一) 经济型酒店在发展中应注意的问题

- (二) 经济型酒店应注意避免的误区
- (三) 中国经济型酒店的发展策略
- (四) 以性价比取胜

九、经济型酒店发展前景与趋势

- (一) 经济型酒店面临空前发展的机遇
- (二) 经济型酒店业的发展前景
- (三) 经济型酒店成酒店业的金矿
- (四) 经济型酒店业将成发展主流
- (五) 经济型连锁酒店前景巨大

第八章 产权式酒店

一、产权式酒店概念及分类

- (一) 产权式酒店的定义
- (二) 产权式酒店的性质
- (三) 产权式酒店的分类

二、产权式酒店发展现状

- (一) 国外产权式酒店的现状
- (二) 产权式酒店在中国的兴起与发展
- (三) 中国城市出现“产权式酒店”
- (四) 产权式酒店在中国成消费热点
- (五) “产权式酒店”发展渐好需预警五大误区

三、影响产权式酒店销售的主要因素

- (一) 自然环境
- (二) 投资环境
- (三) 交通环境
- (四) 是否有金融支持
- (五) 价格因素

四、产权式酒店的投资方法

- (一) 投资产权式酒店的要素
- (二) 把握好产权式酒店投资的要点
- (三) 产权式酒店投资价值的评估
- (四) 产权式酒店经营及发展秘笈

五、投资风险

- (一) 产权式酒店处地产投资高风险领域
- (二) 产权式酒店投资风险大
- (三) 产权式酒店高回报背后的风险
- (四) 投资产权式酒店的问题分析
- (五) 产权式酒店投资的法律风险及规避

六、产权式酒店发展前景及趋势

- (一) 中国产权式酒店的发展分析
- (二) 产权式酒店租赁市场发展空间大

第九章 主题酒店

一、主题酒店的缘起与兴起

- (一) 主题酒店的概念
- (二) 主题酒店的一般类型
- (三) 主题酒店与特色酒店的异同
- (四) 世界各地主题酒店大观

二、主题酒店的发展概况

- (一) 主题酒店在中国的兴起
- (二) 主题酒店在中国成为热点
- (三) 奥运旅游与主题酒店的创新开发
- (四) 威尼斯成为中国首座主题酒店

三、中国各城市主题酒店发展动态

- (一) 中国第一家茶文化主题酒店落户雅安
- (二) 杭州首家艺术主题酒店现身机场路
- (三) 爱情主题酒店在杭州悄然出现
- (四) 中国香港迪士尼推出卡通主题酒店

四、中国主题酒店的投资分析

- (一) 对主题的认识
- (二) 主题酒店的特色
- (三) 主题酒店的数量
- (四) 主题酒店的市场定位
- (五) 主题的延伸和更新

五、主题酒店的发展与前景

- (一) 主题酒店颠覆酒店传统经营模式理念
- (二) 主题酒店赢得市场份额需创新经营理念
- (三) 主题酒店发展空间巨大
- (四) 主题酒店成为中国酒店业发展的新方向

第十章 绿色酒店

一、绿色酒店定义及由来

- (一) 绿色酒店的涵义
- (二) 绿色酒店的特征
- (三) 绿色酒店的由来

二、绿色酒店概况

- (一) “绿色酒店”可大量的节约成本
- (二) 环保时代需要绿色酒店
- (三) 绿色酒店认证将与国际接轨

三、绿色酒店发展的问题及思路

- (一) 观念方面
- (二) 政策和管理方面
- (三) 绿色酒店发展思路
- (四) 建设绿色酒店实施要求

第十一章 2007年中国酒店业竞争现状分析

一、酒店业竞争概况

- (一) 新标准搅动中国酒店业竞争
- (二) 中国豪华酒店业进入新竞争时代
- (三) 个性化服务成为酒店业竞争的焦点

二、中外酒店业的比较分析及对策

- (一) 中国酒店的比较优势
- (二) 外方酒店的优势
- (三) 中外酒店的主要差距比较
- (四) 酒店行业的竞争格局
- (五) 中国酒店应对国际竞争的对策分析

三、酒店业竞争力分析

- (一) 现代酒店业的市场竞争力
- (二) 酒店文化有利于增强酒店竞争力
- (三) 中国酒店业的核心竞争力
- (四) 小型精品酒店的核心竞争力
- (五) 以人为本构建酒店业核心竞争力

四、提升竞争力的主要策略

- (一) 注重酒店设计突出经营特色
- (二) 管理的专业化与创新策略
- (三) 人力资源开发策略
- (四) 特许经营与连锁经营策略
- (五) 开发新市场新产品的策略

五、酒店业集群发展提升行业竞争力

- (一) 集群理论研究概述
- (二) 酒店业集群
- (三) 酒店业集群优势与竞争力提升解析

第十二章 北京酒店业

一、2007年北京酒店业概况分析

- (一) 北京2007年及全年接待游客人数
- (二) 北京酒店业国际化进程加速
- (三) 北京高星级酒店房价增长速度快
- (四) 北京高档酒店价格持续上涨入住率下降
- (五) 2007年夏季北京高档酒店价格降幅明显

二、北京酒店业竞争分析

- (一) 北京酒店业市场竞争态势分析
- (二) 盲目竞争使得北京酒店业房价低于国际水平

三、北京市公寓式酒店市场分析与展望

- (一) 公寓式酒店概述
- (二) 北京公寓式酒店的供给特点
- (三) 北京公寓式酒店的需求分析
- (四) 北京公寓式酒店市场交易状况分析

(五) 北京公寓式酒店的市场预期

四、北京酒店业前景与趋势

(一) 2008年北京酒店地产发展分析

(二) 2008年奥运会后北京酒店地产发展预测

(三) 未来北京酒店业的趋势

(四) 经济酒店建设成北京酒店业发展重点

第十三章 上海酒店业

一、世博会带来新机遇

(一) 2010年世博会带来上海新一轮发展

(二) 世博会促进了三大经济圈竞争

(三) 2010年世博会的十大商机

(四) 世博会对酒店需求巨大

二、上海酒店业概况

(一) 上海酒店业星级发展势头足

(二) 上海酒店市场的特点分析

(三) 双重因素带动了上海酒店业

三、上海酒店业存在的问题分析

(一) 上海酒店业人才面临的问题

(二) 上海经济型酒店不再经济

(三) 上海五星级酒店房费居亚洲首位

四、合理调控带动上海酒店业健康发展

(一) 酒店的总体供应要适量发展

(二) 酒店的布建要适度集聚

(三) 酒店项目的引进要适配环境

(四) 酒店的设计建造要适用专业标准

五、上海酒店业投资分析

(一) 上海引发酒店投资浪潮

(二) 上海酒店企业REITs分析

(三) 民资看好上海酒店业

(四) 上海经济型酒店抢夺投资客

(五) 投资上海酒店业前景可观

六、上海酒店业的趋势与前景

- (一) 上海酒店业发展趋势分析
- (二) 上海高档酒店业市场看好
- (三) 上海高档酒店业“钱景”诱人
- (四) 上海经济型酒店发展前景广阔

第十四章 广州酒店业

一、广州酒店业概况

- (一) 广州地产商掀起酒店业开发热潮
- (二) 广州酒店业再次涌来发展热潮
- (三) 广州酒店业打造酒店业“航母”
- (四) 广州酒店业面临行业井喷

二、广州酒店业竞争格局

- (一) 广州酒店业变革拉开序幕
- (二) 广州酒店业竞争激烈
- (三) 著名酒店管理集团抢占广州天河

三、广州酒店业问题与对策分析

- (一) 广州酒店业面临困境
- (二) 广州酒店业发展明显落后于北京上海
- (三) 广州酒店业亟待国际化
- (四) 发展广州酒店业的建议

四、广州酒店业发展趋势

- (一) 广州投资酒店业成为发展趋势
- (二) 广州星级酒店5年内再添百家
- (三) 2010广州星级酒店将超300家

第十五章 深圳酒店业

一、深圳酒店业概况

- (一) 深圳酒店业热
- (二) 深圳酒店业处境尴尬
- (三) 深圳经济型酒店市场发展迅猛
- (四) 深圳个性化酒店火爆

(五) 深圳酒店业发展瓶颈简析

二、深圳酒店业的竞争分析

(一) 国际化形势加速深圳酒店业竞争

(二) 深圳酒店业中外资本竞争激烈

(三) 欧洲酒店巨头抢占深圳市场

(四) 深圳酒店业抢抓新商机

三、深圳酒店业发展趋势

(一) 深圳酒店业发展方向分析

(二) 国际管理集团将抢占深圳酒店市场

(三) 2007年深圳五星级酒店数量预测

(四) 个人游港大热将为深圳酒店业带来商机

第十六章 2007年中国酒店业优势企业运营分析

一、华天酒店

(一) 华天酒店简介

(二) 2007年上半年华天酒店经营状况分析

(三) 2007年上半年华天酒店主要控股公司的经营业绩

(四) 华天酒店经营中的问题及对策

(五) 未来华天酒店发展的趋势

二、锦江股份

(一) 锦江股份简介

(二) 2007年第一季度锦江股份经营状况分析

(三) 锦江股份发展风险及对策

(四) 未来锦江股份发展的趋势

(五) 未来锦江股份业务的战略规划

三、新都酒店

(一) 新都酒店简介

(二) 2007年第一季度新都酒店经营状况分析

(三) 新都酒店经营中出现的问题及解决方案

(四) 2007-2010年度新都酒店经营计划

四、金陵饭店

(一) 金陵饭店简介

- (二) 2007年第一季度金陵饭店经营状况分析
- (三) 金陵饭店经营的风险及对策
- (四) 2007年度金陵饭店经营计划
- (五) 未来金陵饭店发展的趋势

五、东方宾馆

- (一) 东方宾馆简介
- (二) 2007年第一季度东方宾馆经营状况分析
- (三) 2007-2010年东方宾馆经营计划

第十七章 2007年中国酒店相关产业对酒店业的促进分析

一、旅游业

- (一) 全球旅游经济总体状况
- (二) 2007上半年中国旅游业各项统计分析
- (三) 2007年上半年中国旅游业发展现状
- (四) “十一五”中国旅游业发展的战略调整期
- (五) 旅游业复苏促进酒店业发展
- (六) 旅游业高增长带动酒店业收入规模提升

二、会展产业

- (一) 会展产业的特征及作用
- (二) 会展业的产业结构优化效应分析
- (三) 中国会展经济现状
- (四) 会展业与酒店业的互动发展
- (五) 中国会展业的发展趋势

三、餐饮业

- (一) 2007年餐饮市场运行情况
- (二) 餐饮业对酒店业的影响
- (三) 2007年上半年中国住宿与餐饮业零售额增长状况
- (四) 餐饮业的六大发展趋势分析

第十八章 中国酒店企业经营管理分析

一、酒店业经营管理概述

- (一) 酒店管理的特点

(二) 酒店的管理层次

(三) 酒店管理技能

二、酒店业经营管理现状

(一) 酒店经营与管理分析

(二) 酒店的需求管理分析

(三) 酒店集团化管理简析

(四) 酒店管理的制度创新解析

三、酒店市场定位

(一) 酒店产品定位的概念

(二) 酒店产品定位的方法

(三) 酒店产品定位的步骤

(四) 酒店产品定位的战略

四、酒店业营销分析

(一) 针对当前市场需求的酒店营销分析

(二) 拓展酒店市场营销领域的策略

(三) 酒店营销的四个重点

(四) 酒店蜂鸣营销分析

(五) 酒店关系营销分析

(六) 中国酒店节日营销手段分析

五、酒店绿色营销分析

(一) 绿色营销的定义

(二) 中国酒店绿色营销的现状

(三) 中国酒店营销绿色化的弊端

(四) 中国酒店实施绿色营销的任务和策略

(五) 中国酒店绿色营销的发展趋势分析

六、酒店业经营管理的发展趋势

(一) 酒店经营与管理发展趋势解析

(二) 酒店业的经营与管理走向

(三) 酒店经营管理发展的具体方向

(四) 健康客房成为酒店营销新趋势

(五) 互联网营销成为酒店营销新途径

第十九章 酒店的信息化分析

一、酒店信息化的概况

- (一) 国际酒店业信息化的产生与发展
- (二) 酒店管理进入信息时代
- (三) 酒店的信息化和管理标准化
- (四) 中国酒店业电子商务的现状

二、酒店信息化的建设

- (一) 酒店信息化建设只有开放才能发展
- (二) 酒店信息化管理须从制度和产品入手
- (三) 酒店业信息化选择的要素
- (四) 酒店行业信息化的方向与建议

三、酒店行业信息化问题分析

- (一) 酒店信息化的四大问题
- (二) 国内酒店信息化的主要问题分析
- (三) 酒店业信息化选择的误区
- (四) 酒店信息化的发展趋势
- (一) 酒店业信息化将升级
- (二) 酒店信息化的三种趋势
- (三) 三五年内酒店信息化应用将达高峰
- (四) 酒店业电子分销的发展走向

第二十章 2008年奥运会促进酒店业的发展分析

一、奥运会酒店的发展概况分析

- (一) 奥运带动北京酒店地产投资热潮
- (二) 北京酒店业向“奥运”开战
- (三) 上海经济型酒店抢占北京“奥运饭”
- (四) 北京市2008年奥运会酒店业定位经济型
- (五) 沈阳为奥运亮出5个五星级酒店
- (六) 北京奥运会酒店客房缺口大
- (七) 北京奥运官方标间限定最高价

二、著名国际酒店品牌应对奥运会的的策略

- (一) 国际顶尖品牌酒店管理公司抢驻北京

- (二) 希尔顿酒店斥资800多万美元对酒店客房进行了全面装修分析
- (三) 法国雅高国际酒店集团扩展计划分析
- (四) 梅地亚从服务质量、住宿接待水平等方面作升星分析

三、中国酒店发展的奥运对策

- (一) 追求细节服务是中国大饭店的一贯宗旨
 - (二) 奥运酒店的标准分析
- 1、绿色奥运
 - 2、科技奥运
 - 3、人文奥运

第二十一章 2007-2010年中国酒店业发展趋势预测

一、世界酒店业发展预测

- (一) 酒店业的总体发展走向
- (二) 21世纪全球酒店业发展趋势展望
- (三) 全球酒店格局预测

二、中国酒店业发展趋势分析

- (一) 中国酒店业未来发展趋势分析
- (二) 中国酒店地产发展趋势分析
- (三) 酒店的IT发展战略分析

三、中国未来酒店业具体发展方向

- (一) 集团化与品牌化发展
- (二) 绿色健康化发展
- (三) 智能化发展
- (四) 数字化发展
- (五) 创新化发展

第二十二章 2007-2010年中国酒店业投资规划指引

一、酒店业的投资特性

- (一) 赢利性与成长性
- (二) 酒店的周期性
- (三) 要素的密集性

二、2007年我国酒店业投资现状分析

- (一) 中国酒店业吸引投资的五大优势
- (二) 中国酒店业投资机会分析
- (三) 国际资本再掀中国酒店业投资狂潮
- (四) 酒店地产成房地产投资新热点

三、西部市场蕴藏巨大机遇

- (一) 旅游与商务是西部开发的重点
- (二) 西部市场前景吸引酒店业投资
- (三) 西部资源开发现状与策略
- (四) 西部酒店市场前景广阔

四、酒店业投资风险及建议

- (一) 酒店业面对的法律纠纷
- (二) 酒店法律风险的影响因素及规避措施
- (三) 酒店地产投资的建议
- (四) 酒店投资前期策划的因素分析
- (五) 酒店餐饮业投资的八个要点

图表目录（部分）：

图表1 1975-2007年全球GDP与国际旅游的增长状况

图表2 2007年旅游业对全球经济的贡献

图表3 1995-2007年国际旅游接待人数

图表4 1995-2007年国际旅游收入

图表5 1990-2007年全球旅游经济状况及同期的GDP

图表6 2007年入境旅游人数及构成

图表7 2007年中国国内旅游人数及构成

图表8 2007年出境旅游人数及构成

图表9 1990-2007年旅游人数和旅游收入

图表10 会展产业的结构优化模式图

图表11 1979-2007年餐饮业与社零总额的增长速度比较

图表12 2007年各月餐饮业零售额与增长速度

图表13 2007年全国三大区域餐饮业发展情况比较

图表14 “十五”时期全国三大区域餐饮业零售额

图表15 2007年全国各省市餐饮业发展排序

图表16 2007年全国各城市餐饮业发展排序

图表17 全球酒店平均客房出租率

图表18 全球酒店平均房价

图表19 全球酒店平均可销售客房收入

图表20 欧洲各地区年均客房收益较上年变化情况

图表21 欧洲酒店业主要指标较上年变化情况

图表22 欧洲主要旅游城市酒店业经营业绩

图表23 欧洲酒店平均客房出租率年度变化情况

图表24 欧洲酒店平均可销售客房收入年度变化情况

图表25 欧洲10大连锁饭店就其所拥有的房间排名表

图表26 全美最贵的10个城市客房价值变化幅度排名

图表27 2007年美国酒店业主要经营指标

图表28 2007年美国酒店业主要经营指标较上年变化情况

图表29 美国酒店的平均客房价值

图表30 美国酒店供给量年度变化情况

图表31 访港游客人均消费表

图表32 访港游客留港时间表

图表33 香港高价酒店规模与出租率

图表34 香港中价酒店规模与出租率

图表35 香港旅舍及宾馆的规模与出租率

图表36 美国酒店客房出租率年度变化情况

图表37 美国酒店平均房价年度变化情况

图表38 东亚太酒店业经营业绩

图表39 东亚太地区酒店供给量年度变化情况

图表40 东亚太地区酒店平均客房出租率年度变化情况

图表41 东亚太地区酒店平均房价年度变化情况

图表42 希尔顿主要财务指标

图表43 香格里拉亚洲有限公司经营和管理的酒店列表

图表44 中国旅游涉外酒店座数的增长情况

图表45 中国旅游涉外酒店客房、床位的增长情况

图表46 中国部分城市五星级出租率情况比较

图表47 2007年全国不同性质酒店的基本情况

- 图表48 2007年全国不同规模酒店的基本情况
- 图表49 2007年全国不同星级的酒店基本情况
- 图表50 2007年全国不同性质的酒店经营情况
- 图表51 2007年全国不同规模的酒店经营情况
- 图表52 2007年全国不同星级的酒店经营情况
- 图表53 2000-2007年中国星级酒店总体盈利趋势图
- 图表54 2007年全国星级酒店经营状况
- 图表55 2007年23个主要城市星级酒店经营状况
- 图表56 中国23个主要城市2007年星级酒店盈利情况
- 图表57 2007年全国二星级酒店的地区分布
- 图表58 2007年全国二星级酒店的客房规模
- 图表59 2007年全国二星级酒店的人均收益
- 图表60 2007年全国二星级酒店的营业收入构成
- 图表61 2007年全国三星级饭店的客房规模
- 图表62 2007年全国三星级饭店的人均收益
- 图表63 2007年全国三星级饭店的营业收入构成
- 图表64 2007年全国三星级饭店的住宿人数和人天数
- 图表65 2007年全国四星级饭店的地区分布
- 图表66 2007年全国四星级饭店的客房规模
- 图表67 2007年全国四星级饭店的营业收入构成
- 图表68 2007年全国四星级饭店的住宿人数和人天数
- 图表69 2007年全国五星级饭店的地区分布
- 图表70 2007年全国五星级饭店的客房规模
- 图表71 2007年全国五星级饭店的营业收入构成
- 图表72 2007年全国五星级饭店的住宿人数和人天数
- 图表73 2001-2007年中国五星级酒店数量增长
- 图表74 2001-2007年中国五星级酒店客房数量增长趋势
- 图表75 2007年全年入境旅游人数
- 图表76 2006年12月入境过夜旅游者人数及构成
- 图表77 2007年入境过夜旅游者人数及构成
- 图表78 2007年全国国内旅游基本情况
- 图表79 2006年12月主要客源国的入境人数与2002年同期相比的增长率

图表80 2007年全年主要客源国的入境人数与2002年同期相比的增长率

图表81 2006年12月全国旅游外汇收入的构成

图表82 2007年全国旅游外汇收入的构成

图表83 2007年全年按不同客源地划分的游客在华花费情况

图表84 2007不同出游目的的境外游客在华人均消费比较表

图表85 2007不同出游目的的国内游客人均花费比较表

图表86 2007年主要城市国际旅游（外汇）收入情况

图表87 2007年入境旅游者人均天消费构成

图表88 2007年入境游客的消费构成

图表89 2007年各省（市、自治区）星级酒店消费比例表（%）

图表90 2007年入境过夜旅游者在华对住宿设施的选择

图表91 国内旅游者对住宿设施的选择

图表92 男性过夜旅游者对住宿设施的选择比例

图表93 女性过夜旅游者对住宿设施的选择比例

图表94 2007年不同年龄游客对住宿设施选择比例

图表95 2007年不同文化程度的游客在不同的住宿设施中住宿时间比例

图表96 2007年不同目的的出游者选择不同住宿设施住宿的时间比例

图表97 入境游客在华停留时间变化表

图表98 2007年国内城镇游客出游情况（按目的分）

图表99 2007年国内农民出游目的比例表

图表100 2007年入境外国游客人数和比例（按目的分）

图表101 2007年入境外国游客不同目的的人数比例图

图表102 2007年入境旅游者对中国各旅游资源感兴趣的比

图表103 2007年外国旅游者对中国各旅游资源感兴趣的比

图表104 2007年国内游客对住宿设施的评价

图表105 2007年国内游客对餐饮的评价

图表106 2007年国内游客对交通的评价

图表107 2007年国内游客对娱乐的评价

图表108 2007年国内游客对购物的评价

图表109 中国各经济型酒店的数量

图表110 酒店投资概算

图表111 酒店营业收入分析

图表112 旅游区酒店营业分析

图表113 海鲜酒家营业收入分析

图表114 2005-2010年“锦江之星”的发展目标

图表115 五星级产权酒店客房收入统计表

图表116 2006年12月份及全年主要客源国（地区）来京人数情况

图表117 2007年华天酒店利润总额及构成

图表118 2007年华天酒店非经常性损益项目及金额

图表119 2004-2007年华天酒店主要会计数据及财务指标

图表120 2006年华天酒店净资产收益率及每股收益

图表121 2006年华天酒店主营业务分行业情况

图表122 2006年华天酒店主营业务分地区情况

图表123 2006年华天酒店资产构成情况

图表124 2006年华天酒店费用、利润情况表

图表125 2007年上半年华天酒店主要财务数据及指标

图表126 2007年上半年华天酒店非经常性损益项目及金额

图表127 2007年上半年华天酒店净资产收益率及每股收益

图表128 2007年上半年华天酒店财务数据分析

图表129 2007年上半年华天酒店主营业务分行业、产品情况表

图表130 2007年上半年华天酒店主营业务分地区情况表

图表131 2006年锦江股份主要财务数据

图表132 2006年锦江股份非经常性损益项目及金额

图表133 2004-2007年锦江股份主要会计数据及财务指标

图表134 2004-2007年锦江股份净资产收益率及每股收益

图表135 2006年锦江股份主营业务分行业、产品情况表

图表136 2006年锦江股份占主营业务10%以上产品情况表

图表137 2006年锦江股份主营业务分地区情况表

图表138 2007年第一季度锦江股份主要会计数据及财务指标

图表139 2007年第一季度锦江股份非经常性损益项目及金额

图表140 2007年第一季度锦江股份部分行业营业情况

图表141 2007年第一季度锦江股份部分行业营业情况

图表142 2006年新都酒店主要业务数据

图表143 2006年新都酒店非经常性损益项目及金额

- 图表144 2004-2007年新都酒店主要会计数据及财务指标
- 图表145 2006年新都酒店主营业务表
- 图表146 2006年新都酒店主营业务分行业情况表
- 图表147 2007年第一季度新都酒店主要会计数据及财务指标
- 图表148 2007年第一季度新都酒店非经常性损益项目及金额
- 图表149 2007年第一季度新都酒店利润及利润分配表
- 图表150 2006年金陵饭店主要财务数据
- 图表151 2006年金陵饭店非经常性损益项目及金额
- 图表152 2004-2006年金陵饭店主要会计数据及财务指标
- 图表153 2006年金陵饭店主营业务分行业情况表
- 图表154 2006年金陵饭店占主营业务10%以上的产品情况
- 图表155 2007年第一季度金陵饭店主要会计数据及财务指标
- 图表156 2007年第一季度金陵饭店非经常性损益吸纳及金额
- 图表157 2007年第一季度金陵饭店利润表
- 图表158 2006年东方宾馆实现的利润及构成
- 图表159 2006年东方宾馆非经常性损益项目及金额
- 图表160 2004-2006年东方宾馆主要会计数据及财务指标
- 图表161 2006年东方宾馆净资产收益率及每股收益指标
- 图表162 2006年东方宾馆主营业务收入构成
- 图表163 2007年第一季度东方宾馆主要会计数据及财务指标
- 图表164 2007年第一季度东方宾馆非经常性损益项目及金额
- 图表165 2007年第一季度东方宾馆利润表
- 图表166 雅高酒店集团的国际化历程
- 图表167 雅高集团在全球的酒店分布情况
- 图表168 美国酒店消费者类型
- 图表169 消费者最满意的10大品牌
- 图表170 1995-2007年期间美国精品小酒店与全美及其他类型豪华酒店的对比情况
- 图表171 西班牙的游客利用INTERNET的状况
- 图表172 1991-2007年全球GDS预订量
- 图表173 互联网时代新的电子分销中介网络
- 图表174 三种分销渠道费用分析
- 图表175 2007年中外酒店集团拥有酒店数量对比图

- 图表176 2007年中外酒店集团拥有客房数量对比图
- 图表177 中美酒店的几个指标比较
- 图表178 不同经济类型酒店的赢利能力比较
- 图表179 星级酒店与非星级酒店创收能力比较
- 图表180 不同规模酒店创收能力比较
- 图表181 不同地区酒店创收能力比较
- 图表182 美国各等级酒店的投资成本平均水平
- 图表183 酒店板块2007年前三季度业绩同比增长率
- 图表184 1950-2020年世界主要旅游目的地的演变
- 图表185 1997年全球酒店财团24强
- 图表186 2007年全球酒店财团24强
- 图表187 1997年全球酒店25强
- 图表188 2007年全球酒店25强
- 图表189 2007年按销售额排名世界前25位的酒店集团
- 图表190 2007年全球10大酒店集团
- 图表191 2007年全球10大酒店品牌
- 图表192 2007年世界最大的5个单体酒店
- 图表193 近几年全球平均客房出租率排名靠前的城市
- 图表194 全球平均可销售客房收入排名前10位的城市
- 图表195 全球平均房价排名前10位的城市
- 图表196 未来2年酒店用品销售额预测
- 图表197 中国酒店业设备采购增长情况

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200806/1945.html>